

UDK 811.112.2'373.43

Izvorni znanstveni članak

Prihvaćeno za tisak: 4. studenoga 2015.

*Olga Nikitina**Staatliche Pädagogische Leo-Tolstoi-Universität Tula, Russische Föderation
kortschigo@mail.ru*

Diskursindikatoren von Neologismen (am Material von Neologismen der Nuller- und Zehnerjahre im Deutschen)

Im Beitrag wird versucht, Diskursindikatoren von Neologismen in verschiedenen Entwicklungsphasen (Entstehung, Usualisierung, Lexikalisierung) aufzuspüren. Unter »Diskursindikatoren« werden diverse sprachliche Mittel verstanden, die eine lexikalische Innovation im Diskurs erkennen lassen und so das Verständnis sichern helfen. Diese Indikatoren implizieren allgemeine Hinweise für die Interpretation einer Innovation und machen den Diskursrezipienten auf formale und/oder inhaltliche Besonderheiten des Sprachgebrauchs aufmerksam. Da Innovationen im individuellen Diskurs meist unbeabsichtigt im Kommunikationsfluss entstehen und da die Anzahl von bis auf die Erstverwendung rekonstruierbaren individuellen Innovationen relativ gering ist, können Diskursindikatoren in der Entstehungsphase von Innovationen nur selten herausgefunden werden. Meist ist dies möglich, wenn Innovationen von meinungsprägenden, öffentlich wirkenden Persönlichkeiten ausgehen. Im Gegenteil, während der Usualisierungsphase, in der sich die Innovation in der Sprachgemeinschaft durchsetzt, werden bestimmte Indikatoren verwendet, die die Innovation im Diskurs erkennen und richtig interpretieren lassen. Es wird zwischen den redecharakterisierenden und inhaltsbezogenen Diskursindikatoren unterschieden. Die Notwendigkeit der diskursiven Indizierung hängt von der kommunikativen Situation, von dem antizipierten Diskursproduzenten und insbesondere von den Einschätzungen und Absichten des Diskursproduzenten ab. Das Fehlen von jeglichen Diskursindikatoren kann als Zeichen einer abgeschlossenen Lexikalisierung eines Neologismus und seiner Speicherung als Bestandteil des Allgemeinwortschatzes gesehen werden.

1. Theoretische Prämissen

Der anthropozentrische und handlungstheoretische Ansatz in der Linguistik, der sich Ende des 20. Jahrhunderts durchgesetzt hatte (s. z. B. Grice 1989, Keller 1994, Gloning 1996, Fritz 1998: 866–867 u. a.), stellt den Menschen als Sprachträger, Sprachbenutzer und Sprachschöpfer und den Diskurs als menschliche Tätigkeit zur Bildung der in Sprache gefassten Gedanken in den Vordergrund der linguistischen Analysen. Im Hinblick auf die Neologie bedeutet das, dass die Rolle der menschlichen Persönlichkeit und des Diskur-

ses in den Prozessen der Wortschatzerneuerung erforscht werden soll. Die Sprache wird in Anlehnung an die Sprachphilosophie von Humboldt nicht als ἔργον (griech. 'statisches Gebilde') sondern als ἐνέργεια (griech. 'wirkende Kraft'), d. h. als eine freie und zweckgerichtete menschliche Tätigkeit verstanden, die auch die Möglichkeit der Kreativität und Innovation impliziert (vgl. Coseriu 1974: 39f.). In diesem Rahmen sind jegliche lexikalische Innovationen vor allem darauf zurückzuführen, dass die Sprachbenutzer während des Kommunizierens die Wahl der sprachlichen Mittel jedes Mal modifizieren, um ihre kommunikativen Ziele möglichst optimal zu verwirklichen. Sollten einem Sprachträger in System und Norm der Sprache keine habitualisierten lexikalischen Mittel zur Verfügung stehen, die seinen kommunikativen Absichten genügen, kann er unter Umständen die innovativen Möglichkeiten der Sprache ausnutzen und zu einer lexikalischen Innovation greifen. Deren Schicksal hängt davon ab, inwieweit sich andere Sprachträger von ihrer Verwendung ebenfalls kommunikativen Nutzen versprechen. Wenn die lexikalische Innovation aufgrund ähnlicher Kommunikationsstrategien von mehreren Sprachträgern übernommen wird, geht sie mit der Zeit in den allgemeinen Sprachgebrauch über und wird zu einem Neologismus. Neologismen sind somit evolutionäre, prozessual-dynamische Phänomene, die nach der Invisible-hand-Theorie von Keller (1994) als ein kausaler nichtintendierter Kumulationseffekt von gleich gerichteten kommunikativen Handlungen mehrerer Sprachträger entstehen.

In seiner Entstehungsphase ist jeder Neologismus eine individuelle lexikalische Innovation. Der Etablierungsprozess eines Neologismus setzt mit der Usualisierung ein und schließt mit der Lexikalisierung ab, d. h. mit der Speicherung als Bestandteil des Allgemeinwortschatzes (vgl. Kinne 1998: 86). So müssen an dieser Stelle die Begriffe »Usualisierung« und »Lexikalisierung« geklärt werden. Hierzu wollen wir auf die Konzeption von drei »Ebenen des Sprachlichen« von Coseriu (1981: 35–47) zurückgreifen: der universellen Ebene der Sprechfähigkeit, der historischen Ebene der Einzelsprache und der individuellen Ebene des Diskurses. Die universelle Ebene umfasst die menschliche Sprechfähigkeit im Allgemeinen, unabhängig von den konkreten historischen Erscheinungsformen der Sprache. Hier geht es um diejenigen sprachlichen Vollzüge, die allen Menschen eigen sind. So sind alle Sprachbenutzer fähig, in Übereinstimmung mit den Denkgesetzen und der allgemeinen Kenntnis der Wirklichkeit zu sprechen und mit den Sprachzeichen auf die Wirklichkeit zu referieren. Auf der historischen Ebene geht es um die Konkretisierung der allgemeinen Sprechfähigkeit als Einzelsprache. Die einzelsprachliche Kompetenz ist auf die Mitglieder einer Sprachgemeinschaft beschränkt. Sie besteht in der Fähigkeit, in Übereinstimmung mit den Normen dieser Sprachgemeinschaft zu sprechen und mit bestimmten sprachlichen Einheiten bestimmte Inhalte zu verbinden. Auf dieser Ebene ist zusätzlich der Aspekt der Diskurstradition anzusetzen (vgl. Blank 2005: 282, Koch 2005: 247). Es handelt sich hierbei um konventionalisierte kulturspezifische Diskursproduktionsregeln. Diskurstraditionen können dabei die Ebene der Einzelsprache sowohl unterschreiten, indem sie z. B. nur bestimmten soziokulturellen Gruppen innerhalb einer Sprachgemeinschaft angehören (etwa den Jugendlichen), oder auch überschrei-

ten (man denke hier etwa an die Diskurstraditionen bestimmter literarischer Gattungen). Die aktuelle Ebene des Diskurses ist eine individuelle einmalige Manifestation der Sprechfähigkeit in einer konkreten Kommunikationssituation. Sie besteht in der Fähigkeit des Sprachbenutzers, eigene kommunikative Absichten dem Kommunikationspartner adäquat und effizient zu übermitteln. Der individuelle Diskurs baut also auf den Regeln der Einzelsprache und der entsprechenden Diskurstradition im Rahmen der Konstanten der universellen Sprechfähigkeit auf.

Was nun den Wortschatzwandel angeht, so finden lexikalische Innovationen zweifellos auf der Ebene des individuellen Diskurses als *ἐνέργεια* statt, wobei der Sprachträger seine individuelle Kommunikationsintention verfolgt und seine Freiheit und Kreativität ausleben kann, indem er aus den schon vorhandenen isofunktionellen sprachlichen Mitteln auswählt oder, falls ihm das passende Mittel fehlt, vom üblichen Sprachgebrauch abweicht und eine individuelle Innovation realisiert. Die lexikalische Innovation ist also eine Individualbildung (eine Ad-hoc-Bildung) im Diskurs. Nun hat der einzelne Sprachbenutzer im Diskurs, wenn er tatsächlich zu einer lexikalischen Innovation greift, keinesfalls die Absicht, die Diskurstradition bzw. die Einzelsprache gezielt zu verändern. Seine Intention richtet sich nicht auf den lexikalischen Wandel, sondern stets nur auf konkrete Ausdrucksbedürfnisse und pragmatische Ziele in einer einzelnen Kommunikationssituation. Der Kommunikationspartner muss dabei ein innovatives Verständnis aufbringen, d. h. eine passende Deutung für die Individualbildung finden. Dabei kann er es auch belassen, so dass die Innovation einmalig bzw. idiolektal bleibt. Er kann die Innovation aber auch als eine geeignete Lösung für eine kommunikative Aufgabe betrachten und sie in seinen Diskurs aufnehmen. Aus der mehrmals wiederholten Verwendung der Innovation ergibt sich eine gewisse Regularität ihres Gebrauchs (vgl. Fritz 2005: 14), so dass die Innovation die Ebene des individuellen Diskurses verlässt und auf die historische Ebene der Diskurstradition steigt, d. h. usualisiert wird. Auf der Ebene der Diskurstradition kann man weiter zwischen der Usualisierung im Diskurs einiger Sprachbenutzer dieser Diskurstradition bzw. der Usualisierung als einer allgemeinen Diskursregel, d. h. einer üblichen Verwendung in einem festen pragmatisch-situativen Kontext unterscheiden. Die Übernahme und Weiterverwendung durch viele Einzelne hat eine kumulative Wirkung, so dass der Prozess selbstbeschleunigend wirkt. Schließen sich noch weitere Sprachträger außerhalb der betreffenden Diskurstradition dem innovativen Gebrauch an, so geht die lexikalische Innovation auf die Ebene der Einzelsprache über, d. h. es kommt zur Lexikalisierung als einer neuen allgemeinsprachlichen Routine. Dabei geht die Lexikalisierung in einer spezifischen Sprachvarietät in der Regel der Verallgemeinerung in Bezug auf die Allgemeinsprache voraus (vgl. Blank 2005: 287).

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen wird unter dem Neologismus eine neue lexikalische Einheit bzw. eine neue Bedeutung einer schon etablierten lexikalischen Einheit verstanden, »die in einem bestimmten Abschnitt der Sprachentwicklung in einer Kommunikationsgemeinschaft aufkommt, sich ausbreitet und als sprachliche Norm akzeptiert wird« (Steffens/Nikitina 2014: 64).

Der Durchsetzungsprozess eines Neologismus stellt eine Umwandlungsabfolge dar – von einer Null-Phase der lexikalischen Innovation im individuellen Diskurs über die Usualisierung als Diskursregel in einer bestimmten Diskursgemeinschaft zur Lexikalisierung als allgemeiner interdiskursiver Sprachregel. Der Diskurs ist somit nicht nur die Domäne für die Erstverwendung von Neologismen, sondern auch das Milieu für ihre Verbreitung und Etablierung. Egal, ob sich der Sprachbenutzer für eine eigene lexikalische Innovation bzw. für die Übernahme einer »fremden« Innovation in seinen Diskurs entscheidet: Er riskiert immer ein Missverständnis und damit einen kommunikativen Misserfolg. Es wäre daher anzunehmen, dass in jeder neologischen Phase von Sprachbenutzern bestimmte »Diskursindikatoren« eingesetzt werden. Darunter werden diverse sprachliche Mittel verstanden, die eine lexikalische Innovation im Diskurs »in statu nascendi« signalisieren, sie frühzeitig erkennen lassen und so das Verständnis sichern helfen. Diese Indikatoren implizieren allgemeine Hinweise für die Interpretation einer Innovation und machen den Rezipienten auf formale und/oder inhaltliche Besonderheiten des Sprachgebrauchs aufmerksam, woraus er dann ableiten kann, dass es sich um eine neue lexikalische Einheit bzw. um eine Neuverwendung einer schon etablierten lexikalischen Einheit handelt, so dass er das entsprechende kognitiv-pragmatische Engagement für deren Interpretation aufbringen kann.

Der folgende Beitrag ist vor dem skizzierten theoretischen Hintergrund zu sehen. Es wird im Weiteren versucht, spezifische Diskursindikatoren der Innovationen am Beispiel von Neologismen der Nuller- und Zehnerjahre im Deutschen aufzuspüren und ihre diskursive Funktion zu bestimmen. Dabei stützen wir uns auf das Wortschatzmaterial des am Institut für Deutsche Sprache in Mannheim korpusbasiert erarbeiteten Neologismenwörterbuches »Neuer Wortschatz. Neologismen der Nullerjahre im Deutschen« (Steffens/al-Wadi 2013) sowie auf das Online-Neologismenwörterbuch im lexikografischen Portal OWID des Instituts für Deutsche Sprache. Primärquellen für Diskursbelege sind die elektronisch gespeicherten Textkorpora DeReKo, vorrangig Textkorpora im »Archiv der geschriebenen Sprache«, sowie Videofragmente vom Online-Videoportal YouTube.

2. Diskursindikatoren von individuellen Innovationen in der Entstehungsphase

Jede lexikalische Innovation entspringt also zunächst immer einem individuellen Diskurs. In einem Schöpfungsakt gelingt bzw. passiert dem Sprachbenutzer eine Innovation, so dass er bewusst oder eher unbewusst zum »Wortfinder« wird und den ersten Schritt im Lebenszyklus eines Neologismus tut. Die individuelle diskursive Freiheit der Sprachbenutzer ist jedoch relativ und lässt sich durch die diskurstraditionellen Vorgaben sowie einzelsprachlichen Traditionen und die anthropologisch bedingten Konstanten der universellen Sprechfähigkeit einschränken (vgl. Koch 2005: 248). Außerdem wirken hier solche speziellen Faktoren wie die Kommunikationssituation

(z. B. die Kommunikationsform, die Diskursform, thematischer Bereich etc.), die Einführungssituation der Innovation im engeren Sinne (vor allem die Wissenskonstellation der Beteiligten), die Motivation des Innovators bei der Wahl eines bestimmten Innovationstyps, die kommunikativen Prinzipien, von denen sich der Innovator leiten lässt (z. B. Informativität, Präzision, Verständlichkeit, Originalität etc.), der bereitwillige kognitive Aufwand bei der Realisierung einer Innovation sowie die Ressourcen, über die der Innovator verfügt (z. B. mögliche Ausdrucksalternativen, Präzedenzen in anderen Sprachen bzw. Analogien in der Muttersprache etc.) (vgl. Fritz 2005: 44).

In der Neologismenforschung lässt eine korpusgestützte Analyse von Diskurssamples mit einer gewissen Sicherheit feststellen, wann eine neue lexikalische Einheit bzw. eine bereits etablierte lexikalische Einheit in einer neuen Bedeutung frühestens verwendet wurde. Der Erstbeleg in einem Korpus bedeutet jedoch nicht, dass es sich tatsächlich um die Erstverwendung handelt. Zum einen hat man keinen Zugriff auf alle schriftlichen Quellen, zum anderen ist der bevorzugte Ort für die erstmalige Verwendung von Innovationen nicht die geschriebene, sondern die gesprochene Sprache (vgl. Blank 2005: 284), vor allem der sogenannte Nähediskurs mit den für ihn typischen Kommunikationsbedingungen (Dialogizität, räumlicher und zeitlicher Nähe der Kommunikationspartner, intensiver Kooperation, Situations- und Handlungseinbindung, Spontaneität, Expressivität, Affektivität, freier Themenentwicklung etc.) und den daraus resultierenden Versprachlichungsstrategien (Prozesshaftigkeit von Äußerungen, geringem Planungsaufwand durch nichtsprachliche Kontexthilfen sowie geringer sprachlicher Elaboriertheit durch den Einsatz nonverbaler Mittel etc.) (vgl. hierzu Koch/Oesterreicher 2011, 13). Angesichts eines geringen Planungsgrades sind Innovationen im Nähediskurs als solche meist nicht intendiert bzw. sie sind »Zufallsfunde«, die zwar als Ergebnis eines intentionalen kommunikativen Handelns entstehen, jedoch nicht das Ergebnis einer gezielten Suche sind. Da der Kommunikationspartner den Sinn der Innovation durch die Stützung unterschiedlicher Kontexttypen – situativen Kontextes, gemeinsamen Wissenskontextes, nichtsprachlich-kommunikativen Kontextes (Mimik, Gestik, Körperhaltung) – relativ leicht erschließen kann, erscheinen im Nähediskurs explizite verbale Diskursindikatoren von individuellen Innovationen relativ selten. Dies wollen wir nun näher an einem Beispiel verdeutlichen:

In einem TV-Duell von Angela Merkel und Frank-Walter Steinmeier kurz vor der Bundestagswahl 2009 fragte die Moderatorin Maybrit Illner die Bundeskanzlerin nach den zukünftigen Koalitionsplänen, indem sie eine mögliche CDU/CSU/FDP-Koalition **Tigerentenkoalition** nannte:

- (1) Angela Merkel: [...] Herr Struck sagt, 2013 könnte es mit den Linken eine Koalition geben, dann sage ich ganz einfach, eine Garantie haben wir nicht, dass es nicht in der Legislaturperiode schon kommt, und vielleicht ist das dann gegen Herrn Steinmeier, aber garantieren kann man das nicht. Maybrit Illner (an Angela Merkel): Sie kämpfen für *Schwarz-Gelb*. Allein ein Drittel der Deutschen wünscht sich *diese* [Häsitationspause] **Tigerentenkonstellation oder -koalition**, könnte man sagen, wünscht sich *Schwarz-Gelb*.

Haben Sie eine Erklärung dafür, warum? Warum die Menschen Angst davor haben? (URL: <http://www.youtube.com/watch?v=shCcnU171uM>, transkribiert von mir – O. N.)

Es ist evident, dass die Innovation **Tigerentenkoalition** von Maybrit Illner in einem relativen Nähediskurs in die Welt gesetzt wird, denn das Fernsehduell verläuft ja konzeptionell in einem gesprochenen sprachlichen Duktus und medial in einer mündlichen Realisierung. Obwohl in den Fernsehdebatten die Rollenverteilung zwischen den Kommunikationspartnern von vornherein festgelegt ist, wird der Sprecherwechsel ad hoc geregelt, was eine Dialogizität und eine ziemliche Spontaneität der kommunikativen Interaktion ermöglicht. Die Innovationsplanung ist daher gering und erfolgt praktisch während des Äußerungsaktes selbst, indem Maybrit Illner die zwei Benennungsalternativen *diese* [Häsitationspause] **Tigerentenkonstellation** oder **-koalition** anbietet und so sich selbst reflektiert. Die Innovation wird durch den situativen Kontext, vor allem durch die Vorgeschichte der Diskussion über die Bundestagswahlen und eventuelle Koalitionen unterstützt, was den gemeinsamen Wissenskontext sichert. Sprachlich wird die Innovation im Diskurs zum einen sowohl im Vorfeld als auch im Nachfeld durch eine schon etablierte Bezeichnung der CDU/CSU/FDP-Koalition *Schwarz-Gelb* gestützt, zum anderen durch den parenthetisch eingefügten Nebensatz *könnte man sagen*, mit dessen Hilfe sich Maybrit Illner mit der eventuellen Meinung der anderen Sprachbenutzer solidarisiert. Die Innovation wird, wie der weitere Verlauf des Fernsehduells zeigt, von den Beteiligten problemlos verstanden: Mit dem kulturspezifischen metaphorischen Bild **Tigerente** spielt Maybrit Illner auf eine von dem Kinderbuchautor Janosch erfundene schwarz-gelb gestreifte hölzerne Ente an. Außerdem sind den Zuhörern konkrete Vorbilder für ähnliche farbsymbolische Koalitionsbezeichnungen bekannt (z. B. *Ampelkoalition* oder *Jamaikakoalition*). So können die Zuhörer offensichtlich schlussfolgern, dass die Moderatorin mit ihrer Innovation einen pragmatisch motivierten, witzigen Kommentar zur politischen Situation machen wollte. Angela Merkel distanziert sich jedoch von der innovativen Benennung:

- (2) [...] Es ist so, dass das einen ziemlich hohen Prozentsatz schon darstellt, es ist *eine Koalition von Union und FDP, ich hab' das lieber, wenn man es ausspricht, mit einer starken Union*, die auch für das Miteinander von wirtschaftlicher Vernunft und sozialer Balance sorgt [...] (URL: Ebenda, transkribiert von mir – O. N.).

Dieses Beispiel zeigt, dass im Nähediskurs die Kommunikationspartner eine aktuelle Innovation wegen der engen Kontexteinbindung direkt miteinander aushandeln können. Die synonyme Benennung *Schwarz-Gelb* sowie die nebensatzwertige metasprachliche Parenthese *könnte man sagen* dienen als hilfreiche diskursive Indikatoren für die Interpretation der Neubildung. Obwohl die innovative Benennung **Tigerentenkoalition** gleich nach der Talkshow ein entsprechendes Medienecho hervorgerufen hat, wurde sie jedoch bereits wenige Wochen danach kaum noch verwendet (vgl. Steffens 2010: 4).

Je weiter sich ein Diskurs in dem Kontinuum »Nähe – Distanz« ansiedeln lässt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass ausführlichere verbale Diskursindikatoren bei der Realisierung von individuellen Innovationen eingesetzt werden. Dies ist wohl darauf zurückzuführen, dass der Diskursproduzent und der Diskursrezipient, meist sogar eine Vielzahl von Rezipienten, voneinander zeitlich und räumlich abgekoppelt sind, so dass Elemente des situativen Kontextes, des nichtsprachlichen (Gestik, Mimik, Körperhaltung) sowie des parasprachlichen Kontextes (Intonation, Lautstärke, Sprechgeschwindigkeit) weitestgehend versprachlicht, d. h. in Kotext überführt werden sollen (vgl. Koch/Oesterreicher 2011: 11). Aufgrund der Situationsentbindung und der Entkoppelung von Produktion und Rezeption sind ein erhöhter Äußerungsplanungsaufwand und somit eine integrative sprachliche Elaboriertheit sowie eine erhöhte metasprachliche Reflektiertheit notwendig. Dies erlaubt dem Sprachbenutzer, den kognitiven bzw. stilpragmatischen Effekt einer Neuerung gezielt zu planen. Daher kann das wortschöpfende Individuum im Distanzdiskurs zu einer expliziten Argumentation für eine Innovation greifen und so seine Motivation für die Wahl des Innovationsverfahrens erörtern. Das wollen wir am Beispiel einer individuellen Innovation illustrieren, die von dem Begründer der modernen deutschen Neologismenlexikografie Dieter Herberg stammt.

In einem Beitrag zum Wortschatzwandel (Herberg 2002) argumentiert der Wissenschaftler für die Einführung eines neuen Terminus **atmender Wortschatz** wie folgt:

- (3) Seit Mitte der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts sind metaphorische Ausdrücke wie *atmende Fabrik*, *atmendes Unternehmen*, *atmende Verwaltung* usw. in Gebrauch gekommen [...]. Ist es da weit hergeholt, *das Bild eines lebenden Organismus* auch auf den Wortschatz anzuwenden und also vom »**atmenden Wortschatz**« zu sprechen? Wird nicht der Wortschatz jederzeit dem aktuellen Kommunikationsbedarf flexibel angepasst? Wird er nicht durch *ständiges Werden und Vergehen*, durch *Innovation und Archaisierung* funktionsfähig und lebendig erhalten? Diese Dynamik ist es, die *das Bild vom »atmenden Wortschatz«* nahe legt.« (Herberg 2002, 11).

Wie aus dem Beispiel zu ersehen ist, lenkt der Diskursproduzent zuerst die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf die unlängst im Deutschen etablierten Neologismen der 90er Jahre (*atmende Fabrik*, *atmendes Unternehmen*, *atmende Verwaltung*) und stellt dann metaphorische Parallelen auf (*ständiges Werden und Vergehen*, *Innovation und Archaisierung*). Auf solche Weise werden die Leser gefordert, sich mit der neuen Metapher (*das Bild vom »atmenden Wortschatz«*) auseinanderzusetzen, um das Gemeinsame zwischen den beiden konzeptuellen Domänen, die auf den ersten Blick nichts miteinander zu tun haben, zu rekonstruieren und somit zu einer Interpretation zu gelangen. So macht der Diskursproduzent zugleich seine kommunikativen Intentionen, die hinter der Innovation stecken, für die Rezipienten nachvollziehbar. Mit einer Reihe rhetorischer Fragen führt er den Rezipienten zu dem Schluss, dass auch in Bezug auf Wortschatz die Analogiebildung **atmender Wortschatz** angemessen ist.

Es ist also erkennbar, dass in der Entstehungsphase ausführlichere metasprachliche Indikatoren von Innovationen dann eingesetzt werden, wenn der Sprachbenutzer seine Innovation gezielt plant bzw. für einen bestimmten kommunikativen Zweck intentional sucht. Dies ist meist in dem Distanzdiskurs mit den für ihn typischen Kommunikationsbedingungen wie Öffentlichkeit, Fremdheit, Situations- und Handlungsentbindung, maximaler Reflektiertheit und hohem Planungsaufwand der Fall. Im Nähediskurs werden Innovationen häufig nicht intendiert und vor dem Hintergrund der hohen Kontexteinbindung sprachlich nicht extra indiziert. Die meisten Erstverwendungen von Innovationen verlaufen unauffällig und lassen sich nur dann feststellen, wenn sie von Individuen ausgehen, deren sprachliche Äußerungen in der Kommunikationsgemeinschaft stark beachtet werden, man denke etwa an solche meinungsbildenden Persönlichkeiten wie Politiker, Journalisten, Literaten oder Wissenschaftler und Fachleute, die zu terminologischen Zwecken sprachliche Neuerungen vornehmen (vgl. Cherubim 1980: 147). Da die Anzahl solcher rekonstruierbaren individuellen Innovationen immer nur sehr gering ist, lassen sich die darin vorkommenden diversen Diskursindikatoren von Innovationen kaum vereinheitlichen. Anders verhält es sich mit den Diskursindikatoren in der Usualisierungsphase, in der die Innovation zunächst als eine neue Diskursroutine in jene Diskurstradition einrückt, innerhalb derer die Innovation geäußert wurde.

3. Diskursindikatoren von Neologismen in der Usualisierungsphase

Während der ziemlich prekären Usualisierungsphase sind jegliche Prognosen nur schwer möglich, denn Erfolg oder Misserfolg einer Innovation entscheiden sich an ihrer Akzeptierung oder Zurückweisung als einer unerwünschten Abweichung von der Norm. Der Diskursproduzent kann daher bemüht sein, eventuelle Störungen oder Belastungen der Kommunikation von vornherein auszuschließen, um das von ihm intendierte kommunikative Ziel zu erreichen. Deshalb sind in der Usualisierungsphase in der Regel bestimmte Diskursindikatoren zu erwarten, die das Erkennen und die Interpretation der Neuerung in den entsprechenden funktional-kommunikativen Umständen erleichtern und auf solche Weise zu ihrer weiteren Ausbreitung beitragen. Darauf wollen wir im Folgenden ausführlicher eingehen.

3.1. Redecharakterisierende Diskursindikatoren von Neologismen in der Usualisierungsphase

Redecharakterisierende Diskursindikatoren von Neologismen helfen dem Diskursproduzenten eine zusätzliche Information über den spezifischen Charakter der Äußerung vermitteln. Dadurch können eventuelle Missverständnisse oder Einwände, die durch den Gebrauch einer Innovation entstehen können, von vornherein ausgeschlossen werden.

Nach Niehüser erfolgen explizite Redecharakterisierungen immer dann,

wenn der Sprecher antizipiert, dass seine Äußerung ohne zusätzlichen Kommentar eine Belastung oder Störung des Gesprächs hervorrufen könnte. Die Verwendung dieser Redecharakterisierungen steht dabei durchgängig im Dienst der Vermeidung oder Verminderung kommunikativer Risiken (Niehüser 1987: 194f.).

Im Folgenden werden typische redecharakterisierende Diskursindikatoren von Neologismen näher erläutert.

3.1.1. *Diskursive Indikation durch Anführungszeichen*

Typische Diskursindikatoren eines Neologismus in seiner Usualisierungsphase sind Anführungszeichen (vgl. Kinne 1998: 81). Sie werden als grafische Zeichen vor allem im schriftlichen Distanzdiskurs eingesetzt, im mündlichen Diskurs können sie aber bei Bedarf gestisch ausgeführt werden. In ihrer Funktion als diskursive Neologismenindikatoren unterscheiden sie sich meist eindeutig vom Gebrauch in der Funktion als Indikatoren von Zitat und direkter Rede. Die zur Markierung von Neologismen dienenden Anführungszeichen werden von Klockow (1980: 120–204) »modalisierende Anführungszeichen« genannt. Aus kommunikativ-pragmatischer Sicht fungieren sie als bestimmte »metakommunikative Signale« (Klockow 1980: 120), d. h. sie geben einen allgemeinen Hinweis zur Interpretation der Äußerung und machen den Rezipienten auf vorhandene Inhalts- und/oder Formbesonderheiten aufmerksam. Der in Anführungszeichen gesetzte Neologismus ist durch »Gleichzeitigkeit von objektsprachlicher und metasprachlicher Information« (Klockow 1980: 123) gekennzeichnet: Zum einen nimmt der Sprachbenutzer die betreffende Innovation in seinen Diskurs auf, zum anderen treten die Anführungszeichen als Signale dafür auf, dass der Neologismus in der Sprachgemeinschaft (noch) wenig bekannt ist und dass seitens des Rezipienten bestimmte kognitive Anstrengungen notwendig sind, um zu einer richtigen Interpretation zu gelangen. Schwieriger ist mitunter zwischen der Funktion als Neologismenindikatoren und der Funktion der Distanzierung von Geäußertem zu unterscheiden. Da Neologismen in der Durchsetzungsphase noch keine vollberechtigten Bestandteile des Lexikons sind, kann der Diskursproduzent mit den Anführungszeichen dem Rezipienten zu verstehen geben, dass er den Ausdruck von jemandem übernommen hat und als nicht von ihm selbst stammend kennzeichnen will. Zugleich macht der Diskursproduzent die durch Anführungszeichen markierte Neubildung zum Objekt einer impliziten Interpretationsanweisung oder eines möglichen weiteren metasprachlichen Kommentars, z. B.:

- (4) Die »**Kampftrader**« sind in der deutschen Hauptstadt gefürchtet. Meistens handelt es sich um junge, gut trainierte Männer, die mit teuren Fahrrädern unterwegs sind. Das Problem mit ihnen: Sie fahren schneller als manches Auto, sie halten sich kaum an irgendwelche Verkehrsregeln. (Nürnberger Nachrichten, 16.04.2012)

In gleicher Weise werden die Anführungszeichen für Hervorhebung der Neubedeutungen von schon etablierten lexikalischen Einheiten benutzt: Sie signalisieren, dass das Wort nicht in seiner konventionellen Bedeutung verwendet wird und dass der Rezipient den Sinn aus dem sprachlichen Kontext erschließen soll (vgl. Beckmann 2001: 91f.), z. B.:

- (5) Noch speichern wir unsere Mails, Adressen, Fotos, unsere Software und unsere Musik auf privaten Festplatten. Aber das Internet wird mobiler, und immer mehr unserer Daten werden in die »**Wolke**« wandern, einen virtuellen Reiesencomputer, betrieben von privaten Dienstleistern, der von überall abgefragt werden kann und jeden Nutzer mit schier unendlicher Rechenleistung versorgt. (Die Zeit [Online-Ausgabe], 18.03.2010, Nr. 11)

In diesem Beispiel wird das Wort **Wolke** in seiner neuen Bedeutung 'Bereich in einem Computernetzwerk wie z.B. dem Internet, in dem Hard- und Software als Dienstleistung für ausgelagerte IT-Anwendungen zur Verfügung gestellt und genutzt wird' (Steffens/al-Wadi 2013: 505) verwendet.

3.1.2. Diskursive Indikation durch das redecharakterisierende Adjektiv *sogenannt*

Bei der diskursiven Indikation von Neologismen durch *sogenannt* wird die oben beschriebene implizite Botschaft der Anführungszeichen durch Verbalisierung der metasprachlichen Information expliziert, z. B.:

- (6) Joseph S. Blatter dagegen hat die Plauder-Plattform [Twitter] gerade erst für sich entdeckt. »Das ist die erste Weltmeisterschaft, bei der sich die Fans verbreitet über soziale Netzwerke miteinander austauschen. Ich freue mich, meine Erfahrungen der WM 2010 mit Fans aus aller Welt zu teilen«, sagte der Fifa-Präsident. Mehr als 20000 *sogenannte Follower* hat der 71-Jährige binnen weniger Tage um sich geschart. (Nürnberger Zeitung, 16. 06. 2010)

Da beide Diskursindikatoren – Anführungszeichen und das Adjektiv *sogenannt* – im Diskurs vergleichbare Funktionen erfüllen, werden sie oft zusammen verwendet. Jedoch sei auf eine feine Besonderheit bei der Indikation durch *sogenannt* hinzuweisen: Die Wahl des Adjektivs als Diskursindikator setzt voraus, dass der nachfolgende Neologismus zumindest einem Teil der Sprachgemeinschaft bereits bekannt und schon im Umlauf ist.

3.1.3. Diskursive Indikation durch die Bezugnahme auf einen anderen individuellen Diskurs

Jeder individuelle Diskurs konstituiert sich gemäß seinen eigenen Charakteristika und Organisationsprinzipien. Zugleich ist jeder Diskurs von anderen Diskursen durchdrungen und lässt sich durch die vorhandenen Diskurstraditionen sowie einzelsprachlichen Vorgaben bestimmen. Aufgrund zahlreicher kommunikativer Kontakte in Familien-, Freundes- bzw. Kollegenkreisen und des dadurch erzeugten gemeinsamen Wissens verbreiten sich die Innovationen in solchen kommunikativen Netzwerken ziemlich schnell. Andererseits kann

die Innovation durch die Medien unmittelbar einer großen Zahl von Diskursrezipienten präsentiert werden. Fritz (2005: 52) betont, dass die Kombination einer Verbreitung in den Medien und durch persönliche Kommunikation der häufigste Verbreitungsmechanismus ist. So kann die Indikation eines Neologismus mittels eines kommentierenden oder kritischen Verweises auf einen weiteren individuellen Diskurs erfolgen. In der Regel werden metasprachliche Bezüge auf solche individuelle Diskurse genommen, die von öffentlich wirkenden und so meinungsbildenden Persönlichkeiten stammen. Die Bezugnahmen auf einen anderen individuellen Diskurs können mit Hilfe von Einschüben wie etwa *um es mit den Worten von X zu sagen, wie X sagt, mit X zu sprechen, wie es X gerne nennt* u. Ä. realisiert werden, z. B.:

- (7) Auffällig ist das miserable Abschneiden der Privaten. Nur ein Preisträger (Stefan Raab) stammt vom »**Unterschichtenfernsehen**« (so nennt Harald Schmidt seine ehemaligen Arbeitgeber heute liebevoll), alle anderen Sieger kommen von ARD oder ZDF. (Rhein-Zeitung, 09.03.2005)
- (8) NZ: Flieges Sendung verliert an Quote. Was ist das für eine Gesellschaft, in der billige Unterhaltung mehr wiegt? Fliege: Das ist ein ernsthaftes Thema. Nicht wegen der Quote, sondern weil wir zwei, drei Millionen Arbeitslose mehr haben als vor fünf Jahren. Was gucken die Arbeitslosen? Harald Schmidt würde vielleicht etwas boshaft sagen »**Unterschichtenfernsehen**«. NZ: Brot und Spiele? (Nürnberger Zeitung, 22.04.2005)

In den angeführten Beispielen (7), (8) wird der Neologismus *Unterschichtenfernsehen* durch Anführungszeichen indiziert. Dabei verweisen beide Diskursproduzenten auf den aktiven Verwender dieser Neubildung, den Entertainer Harald Schmidt. Obwohl die Innovation nicht von ihm selbst stammt, sondern von dem Bremer Historiker Paul Nolte, hat Harald Schmidt zu ihrer Popularisierung und Etablierung in hohem Maße beigetragen. Die Diskursproduzenten übernehmen mithin das angeführte Wort in ihre Diskurse, weil es wohl ihren kommunikativen Absichten entspricht, und verweisen dabei auf die Präzedenzfälle ihrer Verwendung von einem *opinion leader*. Auf solche Weise distanziert man sich quasi von der neuen Benennung, lehnt man sie jedoch nicht ab. In beiden Beispielen kommt es so zu einer Verflechtung von dem eigentlichen individuellen Diskurs und dem Schmidt'schen Diskurs, wobei die Autorenkomponente sprachlich durch wertende Epitheta *liebevoll* (7), *etwas boshaft* (8) realisiert wird. So könnte man sagen, dass prominente Personen, an deren Diskurspraxis sich andere Mitglieder der Sprachgemeinschaft orientieren, zur Verbreitung der Innovationen dadurch beitragen können, dass von ihnen favorisierte Innovationen von anderen Sprachbenutzern bevorzugt aufgenommen werden.

3.1.4. Diskursive Indikation durch die Bezugnahme auf eine Diskurstradition

Wird die Innovation von einer Sprechergruppe übernommen, folgt ihre Usualisierung als Diskursregel in einer bestimmten Diskursgemeinschaft. Der Bereich, in dem jemand bereit ist, Neuerungen zu übernehmen, hängt von

seinem Umfeld und seinen Interessen ab. Sollte der Diskursproduzent in dieser Phase eine Innovation in seinen individuellen Diskurs aufnehmen, kann er entweder durch den Verweis auf eine Diskurstradition seine Zugehörigkeit zu einer Gruppe (z. B. von Jugendlichen, Fachleuten etc.) signalisieren oder auch zeigen, dass ihm neue Redeweisen dieser Gruppe bekannt sind, ohne sich damit aber zu identifizieren. Der Verweis auf eine Diskurstradition kann mit Hilfe von solchen metasprachlichen Bezugnahmen wie *um es im Jargon auszudrücken, wie die Xs sagen, um in der Sprache von Xs zu sprechen* etc. realisiert werden, z. B.:

- (9) Am verabredeten Treffpunkt, wo der Rücktausch von Geld und Ring erfolgen sollte, ist der Mann nie aufgetaucht. Und der kostbare Schmuck stellte sich schnell als Billigplunder heraus. Auf diese Betrügermasche – die *im Polizeijargon* »**Autobahngold**« heißt – ist der Berufskraftfahrer Andreas M. vor kurzem an einer Raststätte auf der A 65 hereingefallen.« (Mannheimer Morgen, 05.10.2009)
- (10) Wertloses Holz, das wirklich keiner mehr braucht und das irgendwo verrotten sollte, holen sich Designbegeisterte für teuer Geld in den Wohnraum. »**Upcycling**« nennen Branchenexperten diesen Trend. (Mannheimer Morgen, 30.05.2012)
- (11) »**Schwul**« sei als Begriff für alles, was nicht okay sei, *auf den Schulhöfen zu dem häufigsten gebrauchten Schmähwort geworden*. (Hannoversche Allgemeine, 30.06.2008)
- (12) Statt mit unangenehmen Textilien, die wir dank des natürlichen Verschleißes spätestens nächsten Sommer nicht mehr sehen müssen, kommen sie uns nun mit haltbaren Entgleisungen. Mit Steißbeintattoos, *im Volksmund* »**Arschgeweih**« genannt. (Sonntag Aktuell, 17.08.2004)
- (13) Die ganze Diskussion zeichnete sich dadurch aus, dass niemand das Offensichtliche erwähnte. *Nach der englischen Redensart, dass der **Elefant im Zimmer** von allen Anwesenden ignoriert wird*, sprach niemand von den muslimischen Schulen. (Neue Zürcher Zeitung, 30.10.2006)

Aus den Bezugnahmen auf andere Diskurstraditionen ergeben sich eventuelle Übergänge als Verbreitungswege von Innovationen wie etwa von den Experten (*Autobahngold*, *Upcycling*) zu Laien (9, 10), von der Szenesprache (*schwul*) zur Allgemeinsprache (11), vom saloppen Sprachgebrauch (*Arschgeweih*) in den neutralen (12), von den Sprechern einer Sprache durch Lehnübersetzung (*der Elefant im Zimmer*) zu den Sprechern einer anderen Sprache (13) etc.

Die beschriebenen redecharakterisierenden Diskursindikatoren dienen dazu, die Innovation im Diskurs in der Usualisierungsphase zu markieren und den Diskursrezipienten darauf hinzuweisen, dass das Neulexem bzw. die Neubedeutung noch nicht bzw. erst in einer bestimmten Diskursgemeinschaft konventionalisiert ist und dass der Sinn der Innovation extra erschlossen werden soll. Über diese redecharakterisierenden Diskursindikatoren hinaus werden vielfach weitere inhaltsbezogene Indikatoren eingesetzt, die das Verstehen und die Interpretation der Innovation im Diskurs direkt unterstützen.

3.2. Inhaltsbezogene Diskursindikatoren von Neologismen in der Usualisierungsphase

Motive für die Übernahme und Weiterverwendung einer Innovation fallen in den Bereich der Pragmatik: Ob die Innovation per se überzeugen kann, indem sie von vielen Sprachbenutzern als kognitiv besonders prägnant, pragmatisch relevant oder als besonders ökonomisch eingeschätzt wird, oder ob man sich einen Anteil an dem Sozialprestige des innovierenden Sprachbenutzers bzw. bestimmter Gruppen innerhalb der Sprachgemeinschaft oder über diese hinaus verspricht: Es geht dem Diskursproduzenten in jedem Fall um den kommunikativen Erfolg und die sprachliche Effizienz (vgl. Blank 2001: 95). Um sich gegen das kommunikative Misslingen abzusichern, kann der Sprachbenutzer die Innovation auf eine bestimmte Art und Weise im Diskurs zu erklären bzw. zu interpretieren versuchen. Dadurch kann er auch eventuell eigene Weltläufigkeit demonstrieren bzw. sein Verhältnis zu dem bezeichneten Sachverhalt zum Ausdruck bringen und so den Diskursrezipienten mit neuen sachlichen bzw. wertenden Informationen versorgen.

Im untersuchten Material lassen sich zwei Arten von inhaltsbezogenen Diskursindikatoren unterscheiden: Zum einen sind das metasprachliche Erklärungen verschiedener Form, die im Kern epistemisch ausgerichtet sind, d. h. auf neues Wissen und adäquates Verständnis des Gesagten zielen. Zum anderen sind das metasprachliche Kommentare, die als axiologische Äußerungen rationalen oder emotionalen Charakters auftreten und indirekt an die Meinung des Diskursrezipienten appellieren.

3.2.1. Diskursive Indikation durch metasprachliche Erklärungen

Da Innovationen im Diskurs oft nicht unreflektiert verstanden werden können, dienen metasprachliche Erklärungen von Neologismen vor allem der Verstehenssicherung. Sie können je nach der Kommunikationssituation und der kommunikativen Intention des Diskursproduzenten unterschiedlich lang und detailliert gestaltet werden – auf der Wortebene, auf der Satzebene oder auch auf der transphrastischen Ebene (als ganze Texte bzw. Textteile). Im untersuchten Material treten folgende Formen der Erklärungen auf:

(a) Erklärung durch (kontextuelle) Synonyme, z. B.:

- (14) [...] weil das Schicksal es will, dass enorm viele Menschen nach Einbruch der Dunkelheit besonderen Appetit auf Süßig- oder Salzigkeiten und oder Alkohol entwickeln, werden auch enorm viele Nahrungs- und Genussmittel vom Organismus dreist in **Hüftgold** oder schlicht in **Fettpolster** umgewandelt. (Berliner Zeitung, 28.02.2006)

(b) Erklärung durch Hyperonyme:

- (15) Seniorinnen verhinderten *Betrug*. Mit dem so genannten **Enkeltrick** haben Unbekannte am Mittwoch in zwei Fällen versucht, Senioren um mehrere Tausend Euro Bargeld zu bringen. (St. Galler Tagblatt, 04.10.2008)

(c) Erklärung durch Hyponyme:

- (16) Zunehmend werden T-Shirts, Boxershorts und weite Jogginghosen aus Baumwolle durch sogenannte **Funktionskleidung** ersetzt: *leichte Trägerhemden, Shirts, dünne Jacken, Shorts sowie kurze und lange enganliegende Hosen [...] aus schnell trocknenden Kunstfasern, die den Schweiß nach außen leiten und, selbst wenn sie feucht sind, noch wärmen.* (Frankfurter Allgemeine, 24.07.2001)

(d) Erklärung durch Kohyponyme:

- (17) Auch das fehlende Nikotin sei einer der Gründe, warum **dampfen** weniger schädlich sei als *rauchen*. [...] **Dampfen** *schone im Vergleich zum Rauchen* aber nicht nur die Gesundheit, sondern auch das Portemonnaie. (St. Galler Tagblatt, 25.10.2012)

(e) Erklärung durch lose Appositionen:

- (18) In der Boxhagener Straße [in Berlin] gibt es sogar einen »**Vöner**« zu probieren, *einen veganen Döner*. (Tagesspiegel, 19.05.2013)

(f) Erklärung durch einen Attributsatz:

- (19) Immer häufiger gebe es Überforderung durch »**Helikopter-Eltern**«, *die mit übertriebenem Ehrgeiz die Kinder überwachten und sie »von einem Förderkurs in den anderen« schickten.* (Braunschweiger Zeitung, 23.06.2012)

(g) Erklärung durch eine vorausweisende Bedeutungsparaphrase in demselben Satz, z. B.:

- (20) *Sie kommen, verwüsten und gehen, ohne dafür zu zahlen* – die sogenannten »**Mietnomaden**«, die derzeit Schlagzeilen machen. (Nürnberger Zeitung, 31.05.2005)

(h) Erklärung durch eine rückweisende Bedeutungsparaphrase in demselben Satz, z. B.:

- (21) Von »**Wutbürgern**« war plötzlich die Rede – *einem neuen Menschenschlag, dem nach und nach dämmert, wie wenig der Einzelne in der Demokratie zu bewegen vermag.* (Nürnberger Zeitung, 01.12.2010)

(i) Erklärung durch eine Bedeutungsparaphrase im vorangehenden Satz:

- (22) *Eine Portion Joghurteis, das von der Konsistenz her an Softeis erinnert, wird mit verschiedenen Zutaten, Toppings, dekoriert.* [...] »Im Vergleich zu Eis ist **Frozen Yogurt** das modernere Produkt«, sagt Jun. (Mannheimer Morgen, 04.06.2011)

(j) Erklärung durch eine Bedeutungsparaphrase im nachgestellten Satz:

- (23) Gegen dieses Wunder [...] hat sich die Fifa etwas ausgedacht, das anderswo bereits ausprobiert wurde und nun bei der Klub-WM in Marokko zum Einsatz kommen wird: das Freistoßspray. *Der Schiedsrichter sprayt dort, wo die **Freistoßmauer** zum Stehen kommen soll, einen Farbbalken aufs Gras.* (Die Zeit [Online-Ausgabe], 12.12.2013, Nr. 50)

(k) Erklärung durch ein transphrastisches Ganzes:

- (24) **Kuschelparty**« im Trend. Gerade noch in New York, jetzt hat der Trend Berlin erreicht: *Fremde Menschen treffen sich* in einem Kreuzberger Meditationszentrum zu »**Kuschelpartys**«, wie das Stadtmagazin »Zitty« berichtet. Beim ersten Mal seien es 50 Leute gewesen, die *sich auf dem Matratzenlager tummelten*. Das Ganze soll *gut sein gegen Stress*, wird eine der Initiatorinnen zitiert. *Nicht zu verwechseln mit Swinger Clubs: »Kein Sex«* ist eine der Regeln. Bei der »**Kuschelparty**« *bleibt man bekleidet, die Teilnehmer sind sich selbst überlassen.* [...] Auf **Kuschelpartys** *holen sich Menschen die Zärtlichkeit und Nähe, die sie in ihrem Alltag vermissen.* (Mannheimer Morgen, 15.10.2005)

Aus dem letzteren Beleg (24) ist zu ersehen, dass der Diskurs als die Auseinandersetzung mit einem neuen Sachverhalt abgewickelt wird, die das Wissen und Einstellungen zu dem betreffenden Thema sowohl spiegelt als auch aktiv prägt und dadurch handlungsleitend für die zukünftige Gestaltung der gesellschaftlichen Wirklichkeit in Bezug auf dieses Thema wirkt. Der Diskurs wird somit zum Milieu und zum Grundfaktor der Herausbildung eines neuen konzeptuellen Inhalts in der jeweiligen Sprachgemeinschaft.

3.2.2. Diskursive Indikation durch metasprachliche Kommentare

Im Unterschied zu metasprachlichen Erklärungen realisiert der Diskursproduzent durch metasprachliche Kommentare ein tieferes interpretierendes Verständnis der Innovation und des damit bezeichneten Sachverhaltes. Sein Ziel ist primär nicht zu erklären, sondern eigene Werteorientierungen in Bezug auf den Gebrauch der neuen lexikalischen Einheit zu äußern. Das sprachliche Wissen überschneidet sich so mit den individuellen oder auch gruppenspezifischen Einstellungen psychologischer, soziokultureller, ethischer und normierender Art. Das Ziel des Diskursproduzenten ist hierbei zum einen, lexikalische Innovationen nach Kriterien der Angemessenheit und des kommunikativen Gelingens zu beurteilen. Er kann seine eigenen Vermutungen über die Motive für diese Benennungsbildung, über die Herkunft, die Quelle bzw. die Entstehungszeit der Innovation sowie über ihre Gebräuchlichkeit, Wertung und Funktionen äußern. Hierzu kann der Diskursproduzent zu solchen Diskursindikatoren greifen wie *Modewort*, *Schlagwort*, *Schlüsselwort*, *Schmähwort*, *Unwort*, *entscheidendes/ (un)nützliches/ leeres/ abfällig gebrauchtes Wort*, *ein häufig/ viel gebrauchtes/ aktuelles Wort*, *ein Wort ist in Umlauf gekommen*, *das Wort ist in aller Munde* etc., z. B.:

- (25) *In den letzten Wochen ist ein Wort in Umlauf gekommen, das ich bisher nicht kannte. Zuerst begegnete es mir als Singular maskulin: der **Russland-*der*steher**. Nun, da es offenbar mehrere dieser Gattung zu geben scheint, kommt häufig der Plural zur Anwendung: die **Russland-*der*steher**. Und sicherlich wird es auch hier und da eine **Russland-*der*steherin** geben. Beim erstmaligen Hören hatte ich geglaubt, **Russland-*der*steher** würde *anerken-*nend gebraucht, der Ausdruck bezeichne also jemanden, der Russland versteht, der um die Beweggründe der russischen Politik weiß und der all denjenigen, die der russischen Politik ratlos gegenüberstehen, diese erklären kann. Was mich überraschte und verwunderte, war der herabsetzende Sinn, in dem dieses Wort gebraucht wurde. **Russland-*der*steher** wird nicht nur kritisch, sondern abwertend verwendet, mitunter sogar als Schimpfwort.* (Süddeutsche Zeitung, 29.03.2014)

Außerdem gehen mit sprachkritischen Äußerungen häufig gesellschaftskritische Reflexionen einher, die wiederum als Indikatoren gesellschaftlichen Wandels betrachtet werden können, z. B.:

- (26) Was ist das denn für eine schwachsinnige zeitgeistige Bezeichnung »**Bio-*deutscher***« [...] (gibt es im Umkehrschluß Chemieseutsche? – oder was ist das Gegenteil von Bio?) (Politikforen.net, 09.01.2015)
- (27) Der Begriff »**Biodeutscher**« ist integrationsfeindlich, er erhöht künstlich die Zahl der Migranten bzw. der »Menschen mit Migrationshintergrund«, indem er Menschen ausgrenzt, die sich selbst keineswegs als »Migranten« sondern schon längst als Einheimische verstehen. (Berliner Fenster, 28.01.2008)
- (28) Traurig, aber wahr, dass ein Herr Gsell von der »christlichen« Union den »schäbigen Rest von 60 Prozent der Mitbürger« ohne Migrationshintergrund als »**Biodeutsche**« bezeichnet! Vielleicht wird dieses diskriminierende Wort noch zum Unwort des Jahres! (Nürnberger Zeitung, 31.03.2010)
- (29) Sind **Biodeutsche** so etwas wie Biokartoffeln? Auf besonderer Scholle gewachsen? Ist »**biodeutsch**« dann eine Art Gütesiegel? Im Gegensatz zu normalen Deutschen, die an die Käfighaltung gewöhnt sind? Oder hat nur jemand in eurer Biohirnmasse zulange herumgerührt?« (die tageszeitung, 02.05.2005)
- (30) Ich vermute ja, dass die Wortschöpfung »**biodeutsch**« nicht unbedingt feindselig gemeint war. Es zeugt nur von einer anderen Perspektive. Die Deutschen mit Migrationshintergrund setzen sich selbst als Zentrum und Bezugspunkt und benennen die Andersartigen. Sowas sind wir **Biodeutschen** nicht gewöhnt. Normalerweise sind wir es, die die »Zugewanderten« und wie die Bezeichnungen alle heißen mögen, kategorisieren und zwecks Abgrenzung benennen. (URL: <http://www.fembio.org/biography.php>, recherchiert am 03.03.2014)

Aus den Belegen (26)–(30) ist zu ersehen, dass die neue Bezeichnung in Bezug auf die Wertung, die in metasprachlichen Kommentaren zum Ausdruck kommt, höchst ambig ist – von einer durchaus adäquaten (Selbst-)Ironie bis

zur Entstellung der Innovation im Sinne von rassistischen Vorstellungen als *jus sanguinis*. Aus einer aktiven, weit über rein formal-linguistische hinausgehenden Auseinandersetzung mit dem neuen Wort und dem dahinter stehenden Begriff kristallisiert sich das aktuelle Problem der multikulturellen deutschen Gesellschaft heraus, in der das Zusammenleben von Menschen verschiedener Herkunft längst Alltag, jedoch noch nicht zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist.

4. Diskursindikatoren von Neologismen in der Lexikalisierungsphase

Der Übergang von der Usualisierungs- zur Lexikalisierungsphase eines Neologismus vollzieht sich meist fließend. Deshalb können die oben genannten Diskursindikatoren auch in der Lexikalisierungsphase eines Neologismus eingesetzt werden. Dass alle anderen Sprachbenutzer im Umfeld des Diskursproduzenten die Neuerung schon verwenden, kann ein guter Grund für deren Übernahme in seinen individuellen Diskurs sein. Deshalb wird die diskursive Indikation häufig durch die Bezugnahme auf eine neue Sprachregel realisiert. So werden in dieser Phase Neologismen durch metasprachliche Verweise *wie man heute sagt, wie das jetzt so genannt wird, wie es nun heißt* etc. indiziert. Der Diskursproduzent kann auf solche Weise seine Informiertheit über die neuesten Trends im Sprachgebrauch demonstrieren. Der Einsatz von solchen Diskursindikatoren wird auch als Zeichen des sprachlichen Soziozentrismus betrachtet, weil sich der Diskursproduzent auf die schon existierende Gebrauchspraxis Bezug nimmt, z. B.:

- (31) Dennis lässt die Seele baumeln. Er »**chillt**«, *wie es auf Neudeutsch heißt*. So lässt sich das Leben genießen. (Mannheimer Morgen, 18.08.2003)
- (32) Im Grunde sind wir ja noch ein Jungunternehmen, **ein Start-up**, *wie man heute sagt*. (Rhein-Zeitung, 08.11.2012)
- (33) Jetzt wissen wir es genau: Die Große Koalition – *Neusprech*: **GroKo** – wird in zwölf Arbeitsgruppen und vier Unterarbeitsgruppen ausverhandelt. (Die Zeit [Online-Ausgabe], 31.10.2013, Nr. 44)

Mit der zunehmenden Etablierung eines Neologismus werden explizite Diskursindikatoren nach und nach überflüssig. Das Fehlen von jeglichen Diskursindikatoren kann als Zeichen einer abgeschlossenen Lexikalisierung eines Neologismus angesehen werden.

5. Schlussfolgerungen

In diesem Beitrag wurde versucht, Diskursindikatoren von Neologismen während verschiedener Entwicklungsphasen (Entstehung, Usualisierung, Lexikalisierung) aufzuspüren. Da Innovationen im individuellen Diskurs meist unbeabsichtigt im Kommunikationsfluss entstehen und unauffällig verlaufen und da die Anzahl von bis auf die Erstverwendung rekonstruierbaren individu-

ellen Innovationen relativ gering ist, können Diskursindikatoren nur in seltenen Fällen herausgefunden werden. Meist ist dies möglich, wenn Innovationen von meinungsprägenden, öffentlich wirkenden Persönlichkeiten ausgehen. Dabei wären Diskursindikatoren von Innovationen im Distanzdiskurs mit der für ihn typischen sprachlichen Elaboriertheit eher als im durch nichtsprachliche Kontexthilfen gestützten Nahediskurs zu erwarten. Im Gegenteil, während der Usualisierungsphase, in der sich die Innovation in der Sprachgemeinschaft durchsetzt, sind bestimmte Indikatoren notwendig, die die Innovation im Diskurs erkennen und richtig interpretieren lassen. Es erscheint logisch, zwischen den redecharakterisierenden und inhaltsbezogenen Diskursindikatoren zu unterscheiden. Zu den ersteren gehören vor allem Anführungszeichen, Indikation durch das Adjektiv *sogenannt*, Bezugnahmen auf einen individuellen Diskurs, auf eine neue Diskurstradition oder auch auf eine neue Sprachregel. Unter den inhaltsbezogenen Diskursindikatoren ist wiederum zwischen metasprachlichen Erklärungen und metasprachlichen Kommentaren zu differenzieren. Metasprachliche Erklärungen können im Diskurs auf der Wortebene durch Synonyme, Hyperonyme, Hyponyme, Kohyponyme vorgenommen werden. Neben der eigentlichen Bedeutungserklärung kann der Gebrauch der lexikalischen Innovation in einer mikrokontextuellen Umgebung mit sachlich und semantisch verwandten lexikalischen Einheiten zur Herausbildung neuer paradigmatischer Beziehungen und zur Inkorporierung des Neologismus in das lexikalisch-semantische System beitragen. Auf der Satzebene wird die metasprachliche Erklärung durch vorausweisende oder rückweisende Bedeutungsparaphrasen oder durch Parenthese im Vor- und Nachfeld realisiert. Auf der transphrastischen Ebene wird die Erklärung im Rahmen eines ganzen Diskurses als Auseinandersetzung mit einem neuen Sachverhalt abgewickelt. Bei metasprachlichen Kommentaren geht es dem Diskursproduzenten vor allem um Sprachkritik des neuen Wortes oder der neuen Wortbedeutung. Die Sprachkritik kann die rein formal-linguistische Seite eines Neologismus betreffen, meist ist sie jedoch an die gesellschaftskritische Reflexion von neueren Entwicklungen in der Sprachgemeinschaft gekoppelt.

Diskursindikatoren können, müssen jedoch nicht von Diskursproduzenten eingesetzt werden. Die Notwendigkeit der diskursiven Indizierung hängt von der kommunikativen Situation, von dem antizipierten Diskursproduzenten und insbesondere von den Einschätzungen und Absichten des Diskursproduzenten ab. Sehr häufig, besonders in der ersten Usualisierungsphase eines Neologismus, werden oft mehrere redecharakterisierende und inhaltsbezogene Diskursindikatoren gleichzeitig verwendet, um einen möglichst hohen Grad der Verständlichkeit und der adäquaten Interpretation zu erreichen. In der Lexikalisierungsphase verfestigt sich die Innovation endgültig im Allgemeingebrauch und wird als neue sprachliche Norm allgemein anerkannt. Deshalb können in dieser Phase Diskursindikatoren eingesetzt werden, die auf die Etabliertheit des neuen Sprachgebrauchs verweisen und diesen eventuell auch bewerten. Das Fehlen von Diskursindikatoren kann als Symptom einer abgeschlossenen Lexikalisierung eines Neologismus und seiner Speicherung als Bestandteil des Allgemeinwortschatzes betrachtet werden.

Durch die Analyse von Diskursindikatoren von Neologismen können die für ihren Etablierungsprozess erhellenden Details aufgedeckt werden, die für ihre weitere lexikografische Erfassung von besonderem heuristischem Wert sind.

Literatur

- Beckmann, Susanne (2001): *Die Grammatik der Metapher: eine gebrauchstheoretische Untersuchung des metaphorischen Sprechens*. Tübingen: Niemeyer.
- Blank, Andreas (2001): *Einführung in die lexikalische Semantik für Romanisten*. Tübingen: Niemeyer.
- Blank, Andreas (2005): Wie von unsichtbarer Hand geleitet. Der Prozeß des Bedeutungswandels. In: Stehl, Thomas (Hg.): *Unsichtbare Hand und Sprecherwahl. Typologie und Prozesse des Sprachwandels in der Romania*. Tübingen: Narr, 277–298.
- Cherubim, Dieter (1980): Abweichung und Sprachwandel. In: Cherubim, Dieter (Hg.): *Fehlerlinguistik: Beiträge zum Problem der sprachlichen Abweichung*. Tübingen: Niemeyer, 124–152.
- Coseriu, Eugenio (1974): *Synchronie, Diachronie und Geschichte. Das Problem des Sprachwandels*. Aus dem Spanischen übersetzt von Helga Sohre. München: Fink.
- Coseriu, Eugenio (1981). *Textlinguistik. Eine Einführung*. 2. Aufl. Hg. und bearb. von Jörn Albrecht. Tübingen: Narr.
- Fritz, Gerd (1998): Ansätze zu einer Theorie des Sprachwandels auf lexikalischer Ebene. In: Besch, Werner et al. (Hg.): *Sprachgeschichte. Ein Handbuch zur Geschichte der deutschen Sprache und ihrer Erforschung*. Bd. 1. 2. Aufl. Berlin/New York: de Gruyter, 860–874.
- Fritz, Gerd (2005): *Einführung in die lexikalische Semantik*. Tübingen: Niemeyer.
- Gloning, Thomas (1996): *Bedeutung, Gebrauch und sprachliche Handlung. Ansätze und Probleme einer handlungstheoretischen Semantik aus linguistischer Sicht*. Tübingen: Niemeyer.
- Grice, Paul Herbert (1989): *Studies in the Way of Words*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Herberg, Dieter (2002): Kurzzeitwörter oder: Der atmende Wortschatz. In: Kramer, Undine (Hg.): *Archaismen – Archaïsierungsprozesse – Sprachdynamik. Klaus-Dieter Ludwig zum 65. Geburtstag*. Frankfurt a. M. u. a.: Lang, 11–24.
- Keller, Rudi (1994): *Sprachwandel. Von der unsichtbaren Hand in der Sprache*. Tübingen: Francke.
- Kinne, Michael (1998): Der lange Weg zum deutschen Neologismenwörterbuch. In: Teubert, Wolfgang (Hg.): *Neologie und Korpus*. Tübingen: Narr, 63–110.
- Klockow, Reinhard (1980): *Linguistik der Gänsefüßchen. Untersuchungen zum Gebrauch der Anführungszeichen im gegenwärtigen Deutsch*. Frankfurt a. M.: Haag und Heerchen.
- Koch, Peter (2005): Ein Blick auf die unsichtbare Hand. Kognitive Universalien und historische romanische Lexikologie. In: Stehl, Thomas (Hg.): *Unsichtbare Hand und Sprecherwahl. Typologie und Prozesse des Sprachwandels in der Romania*. Tübingen: Narr, 245–275.
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (2011): *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*. 2. Aufl. Berlin/New York: de Gruyter.
- Niehüser, Wolfgang (1987): *Redecharakterisierende Adverbiale*. Göppingen: Kümmerle.
- Paul, Hermann (1960): *Prinzipien der Sprachgeschichte*. 6. Aufl. Tübingen: Niemeyer.
- Spitzmüller, Jürgen/Warnke, Ingo Hans Oscar (2011): *Diskurslinguistik: Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Berlin: de Gruyter.
- Steffens, Doris (2010): *Tigerentenkoalition – schon gehört? Zum neuen Wortschatz im Deutschen*. In: *Sprachreport 2010*(1), 2–8.
- Steffens, Doris/al-Wadi, Doris (2013): *Neuer Wortschatz. Neologismen im Deutschen 2001 – 2010*. Mannheim: Institut für Deutsche Sprache.
- Steffens, Doris/Nikitina, Olga (2014): *Deutsch–russisches Neologismenwörterbuch. Neuer Wortschatz im Deutschen 1991–2010*. 2 Bde. Mannheim: Institut für Deutsche Sprache.

Discourse Indicators of Neologisms (On the Example of the Neologisms of the First and the Second Decades of the 21st Century)

The article tries to detect the discourse indicators of neologisms during different development stages (the creation, the usualization and the lexicalization). «Discourse indicators» are diverse linguistic means which can help to recognize the lexical innovation in the discourse and to ensure their understanding. These indicators draw the attention of the discourse recipient to some formal and/or substantive peculiarities of the language use and implicate general guidelines for the interpretation of an innovation. The innovations in the individual discourse arise mostly inadvertently in the communication flow and the number of the individual innovations used for the first time is relatively low. Therefore the discourse indicators of innovations in the initial stage can only be detected if they originate from the opinion-forming public personalities. On the contrary, during the usualization stage, when the innovation is being progressively established in the language community, some discourse indicators are used which let the discourse recipient identify and interpret the innovation correctly. A distinction is made between the discourse characterizing and content-related indicators. The necessity of the discursive indication depends on the communicative situation, on the anticipated discourse recipient and in particular of the assessments and intentions of the discourse producer. The absence of any discourse indicators can be considered as a sign of a completed lexicalization of a neologism and its establishment as an integral part of the general vocabulary.

Key words: discourse indicators, lexical innovations, neologisms, lexicalization, German language

Diskursni indikatori neologizama (na korpusu njemačkih neologizama iz nultih i desetih godina)

U prilogu je prikazano istraživanje o diskursnim indikatorima neologizama u različitim razvojnim fazama (nastanak, ulazak u uporabu, leksikalizacija). Diskursnim indikatorima smatraju se različita jezična sredstva s pomoću kojih se ističe neka leksička inovacija i osigurava njezino razumijevanje. Takvi indikatori podrazumijevaju općenite smjernice za interpretaciju neke inovacije i upozoravaju recipijenta diskursa na formalne i/ili sadržajne specifičnosti jezične uporabe. Budući da u individualnom diskursu do inovacija najčešće dolazi nenamjerno, u tijeku komunikacije, i budući da je broj individualnih inovacija razvoj kojih se može rekonstruirati do prve uporabe relativno mali, diskursni se indikatori iz faze nastanka inovacije mogu samo iznimno otkriti. To je najčešće moguće kada inovacije kreću od javno eksponiranih ličnosti koje sudjeluju u oblikovanju javnog mnijenja. Nasuprot tomu, u fazi u kojoj se uporaba inovacije proširuje u jezičnoj zajednici rabe se posebni indikatori koji naznačuju pojavljivanje inovacije i usmjeravaju ispravnu interpretaciju. U članku se razlikuje između diskursnih indikatora s pragmatolingvističkom funkcijom i onih koji su povezani sa sadržajem iskaza. Nužnost diskurzivnog indiciranja ovisi o komunikacijskoj situaciji, o anticipaciji osobe koja diskurs proizvodi, a napose o njezinim procjenama i namjerama. Izostanak diskursnih indikatora može se smatrati znakom dovršena procesa leksikalizacije neologizma i njegove pohrane kao dijela aktivnog leksika jezika.

Schlüsselwörter: Diskursindikatoren; lexikalische Innovation; Neologismus; Entstehung; Usualisierung; Lexikalisierung

Ključne riječi: diskursni indikatori, leksičke inovacije, neologizmi, leksikalizacija, njemački jezik